

## ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19

**Ярослав Яненко,**

*к. соц. н., доцент, СумДУ*

*Роботу присвячено визначенню особливостей інформаційного простору у період пандемії COVID-19. Результатом є удосконалення фахової оцінки комунікацій у сфері спеціалізованого медичного інформування та безпеки особистості.*

**Ключові слова:** *інформаційний простір, комунікації, пандемія, COVID-19.*

## FEATURES OF THE INFORMATION SPACE DURING THE PERIOD PANDEMICS COVID-19

**Yaroslav Yanenko,**

*PhD (Sociology), associate professor, Sumy State University*

*The work is devoted to determining the features of the information space during the COVID-19 pandemic. The result is the improvement of professional assessment of communications in the field of specialized medical information and personal safety.*

**Keywords:** *information space, communications, pandemic, COVID-19.*

Сучасний інформаційний простір перенасичений фактами та подіями, серед яких лише частка є дійсно важливими для індивіда. Інформація розповсюджується занадто швидко, чому сприяють нові медіа, актуальні інформаційні приводи активно поширюються у соціальних мережах, відповідно, інформаційний вплив на аудиторію постійно зростає. У такій ситуації важливою є фахова оцінка комунікацій, верифікація інформації, довіра до джерел. Все це набуває ще більшого значення у сфері спеціалізованого медичного інформування та безпеки особистості під час пандемії, що і обумовлює актуальність нашої роботи.

*Метою* роботи є визначення особливостей інформаційного простору у період пандемії. Важливим завданням у цьому контексті є удосконалення фахової оцінки комунікацій у сфері спеціалізованого медичного інформування та безпеки особистості.

Однією з найважливіших проблем сучасного інформаційного простору є швидке розповсюдження неперевіреної інформації (свідоме або несвідоме), фабрикування фейків, інформаційні війни, маніпуляції тощо. Відповідно, важливою є фаховість експертів, які оцінюють та коментують ситуацію у сфері спеціалізованого медичного інформування та безпеки особистості, і тут можна погодитися з Є. Магдою, який пише, що «ситуацію у світовому інформаційному просторі можна охарактеризувати як інфодемію – активне поширення неперевіреної інформації, фейків, маніпуляцій, яка посилює негативний вплив коронавірусної хвороби на демократичні суспільства; це надмірна кількість інформації про проблему, що ускладнює пошук ефективного рішення» [1, с. 178] (термін «інфодемія» у лютому 2020 року вжив на Мюнхенській конференції з безпеки Т. Гебрейес, генеральний директор Всесвітньої організації охорони здоров'я – у контексті того, що йде боротьба не лише з епідемією, а й з інфодемією). В. Батиргареева зазначає, що «для протидії поширенню дезінформації необхідно розпочати, з одного боку, формування міжнародного законодавства, спрямованого на рішучу боротьбу з фейковими новинами, а з другого боку, на національному рівні слід опрацювати законодавчі механізми юридичної відповідальності, спрямовані на недопущення генерування або ретрансляції подібних новин принаймні за участю учасників інформаційного простору, внаслідок чого створюється загроза національній безпеці нашої держави» [2, с.128-129].

Головним індикатором інтенсивності спеціалізованої комунікації як сегмента інформаційного простору є кількість публікацій, проте іноді їх завелика кількість може

здійснювати негативний вплив на аудиторію. Саме тому у МОЗ роз'яснюють українцям, як впоратися з тривожністю під час пандемії коронавірусу (тримати руку на пульсі новин, але без одержимих перевірок), особливо це стосується новин про COVID-19 – про кількість захворювань та смертей, про перебіг вакцинації тощо.

Журналістські матеріали про вакцинацію, у тому числі соціальна реклама, є важливою складовою сучасного інформаційного простору, адже, «зважаючи на швидке зростання захворюваності на COVID-19, охоплення щепленнями має бути швидким та широким» [3, с. 18]. Втім, є закордонні приклади, коли в поспіху розміщуються не вивірені переклади соціальної реклами (наприклад, слоган «Я вакцинуюся, тому що хочу зустрітися з прабабусею і прадідусем») або у якості ілюстрації до публікації про вакцинацію використовується відоме зображення людини, що приховує біль (інтернет-мем), що навряд чи позитивно впливає на аудиторію. Все це мають враховувати українські фахівці зі спеціалізованого медичного інформування.

Враховуючі необхідність формування науково обґрунтованої системи комунікації у сфері спеціалізованого медичного інформування, спрямованої саме на гарантування безпеки особистості, сучасні українські дослідники приділяють увагу особливостям відображення пандемії у інформаційному просторі, зокрема, Є. Магда слушно зауважує, що «пандемія коронавірусу справила системний вплив на низку сфер людського існування, й інформаційна сфера – одна з ключових у цьому випадку, бо ситуація невизначеності, страху, невпевненості у власному майбутньому характерна для всього світу, але низка факторів робить український інформаційний простір більш вразливим до інформаційних атак» [1, с. 180], В. Мілосердов зазначає, що «у наративі соціальних медіа МОЗ України COVID-19 – це підступний, невидимий ворог, який є небезпечним для всіх українців. Новий коронавірус зображено серйозним ворогом, що загрожує всьому людству. Взаємодія з COVID-19 часто описується, як війна, у якій на боці України воює армія лікарів, які лікують хворих на цю інфекцію» [4, с. 66], а К. Фуглевич пише, що «в часи пандемії, що спричинив вірус COVID-19, важливим для громадськості є вміння розпізнавати неправдиву, фейкову, маніпулятивну інформацію. Серед основних критеріїв перевірки інформації є перевірка наявності у публікації вказівки на країну, місто, де відбулася подія; дати, коли сталася подія» [5, с. 40].

Варто зауважити, що все більшу роль у інформуванні аудиторії відіграють інтернет-ЗМІ, адже в січні 2021 року соціологи компанії «Research & Branding Group» вперше зафіксували, що інтернет як джерело інформації обігнав в очах українців телебачення. Виявилось, що 51% співвітчизників тепер отримують новини з Всесвітньої мережі. Частка ж тих, хто зазвичай звертається до ТБ-новин, знизилася до 44% (рік тому пропорція була зворотна: сегмент ТБ становив 54%, а інтернету – 38%) [6]. Відповідно, цю тенденцію також варто враховувати українським фахівцям зі спеціалізованого медичного інформування.

*Висновки.* Результатом нашої роботи стало удосконалення фахової оцінки комунікацій у сфері спеціалізованого медичного інформування та безпеки особистості, зокрема, щодо засобів боротьби з дезінформацією та фейками, способів протидії інформаційним атакам, особливостей впливу інформаційних приводів на аудиторію тощо. Отже, ці особливості інформаційного простору у період пандемії варто враховувати у своїй практичній діяльності сучасним фахівцям у сфері спеціалізованого медичного інформування та безпеки особистості.

Цікавість для науки і практики отриманих нами даних полягає у можливості їх використання у подальших соціально-комунікаційних дослідженнях та у практичній діяльності медіа-фахівців. Перспективи майбутніх досліджень ми бачимо у визначенні індикаторів інтенсивності спеціалізованої комунікації як сегмента інформаційного простору.

Роботу виконано у межах гранту НФДУ «Спеціалізована система медичного інформування та безпека особистості в умовах пандемій, криз, інших суспільних потрясінь: формування ефективної соціокомунікаційної моделі».

### Список літератури

1. Магда Є. Пандемія COVID-19 та дезінформаційні кампанії: кейс України / Є. Магда // Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії. – 2020. – Вип. 30. – С.176–182.

2. Батиргарєєва В. С. Основні напрями протидії поширенню дезінформації (на прикладі пандемії COVID-19) / В. С. Батиргарєєва // Інформація і право. – 2020. – № 2 (33). – С. 121–131.

3. Мотрук Д. Питання вибору вакцини від COVID-19 в Україні та у світі / Д. Мотрук // Ліки України. – 2021. – № 1 (247). – С. 17–18.

4. Мілосердов В. В. COVID-19 як соціальний актор у наративі соціальних медіа МОЗ України / В. В. Мілосердов. – Київ : Національний університет «Києво-Могилянська академія», 2020. – 70 с.

5. Фуглевич К. А. Медіаграмотність у період інфодемії: тенденції, інструменти, технології / К. А. Фуглевич. – Херсон : ХДУ, 2020. – 45 с.

6. Бутченко М. Прощайте, теленовости. В Украине интернет впервые обогнал телевидение, став главным источником новостей / М. Бутченко // НВ Украина. – 03.04.2021. – URL: <https://nv.ua/ukraine/events/novosti-onlayn-obognali-tv-v-ukraine-novosti-ukrainy-50151394.html>.

Яненко Я. В. Особливості інформаційного простору у період пандемії COVID-19 // Журналістська освіта в Україні: світові професійні стандарти : Матеріали сімнадцятої Всеукраїнської науково-практичної конференції (Суми, 20–21 травня 2021 р.) / уклад. : І. Р. Жиленко, О. Г. Ткаченко. – Суми : Сумський державний університет, 2021. – С.50–52.